

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТИЛЕОБРАЗУЮЩИХ ПРИЕМОВ ИСКУССТВА В ФОТОГРАФИКЕ

Шутова Алена Сергеевна

*магистрант, Уральский федеральный университет им. первого
президента России Б.Н. Ельцина, Россия, г. Екатеринбург
e-mail: alena-sh888@yandex.ru*

Аннотация. В статье ставится проблема поиска новых средств выразительности в современном графическом дизайне. Проанализирована возможность обращения к историческим стилям искусства, использования их методов при обработке фотоматериала и адаптации к современному дизайну. Выявлено, что средства фотографии в сочетании с творческим подходом художественных течений способствуют поиску нового оригинального образа.

Ключевые слова: графический дизайн, фотографика, стиль, искусство, фотография, художественный образ, средства выразительности

В информационном обществе дизайнер сталкивается с проблемой расширения выразительных средств. Специфика деятельности дизайнера-графика заключается в том, что ему нужно не только сообщить зрителям конкретную информацию, но и соответствующим образом преподнести ее. Необходимо стремиться к максимальной информативности изобразительного решения, к «визуальной красноречивости», обеспечивающей активное взаимодействие с продуктом.

Большинство современных дизайнерских работ в той или иной степени содержат в себе фотоизображения или его элементы, поэтому можно утверждать, что фотографика является неотъемлемой частью современного дизайна. Прежде всего, дадим определение понятию фотографика. Строго говоря, фотографикой следует считать разновидность фотографирования в рамках жесткой тональной шкалы, когда явления из окружающей жизни, как и явления из мира живой и неживой природы, передаются в окончательном изображении лишь черным и белым тонами. На практике это явление трактуется более широко. Часто снимок не является конечным результатом – он лишь изобразительный материал, при помощи которого художник создает оригинальное, синтетическое произведение.

Поэтому данный проект основывается на следующей формулировке: фотографика – это вид художественно-проектной деятельности по редактированию и трансформации фотоизображения с целью реализации замысла, идеи дизайнера, основанной на компьютерных технологиях.

Фотоизображение применялось в производстве рекламы уже в конце XIX в., однако, именно с приходом цифровых технологий наступает новая эпоха в методике обработки фотоиллюстративного материала. Дизайнеры получили мощный инструмент преобразования визуальной информации для реализации своих целей. Чаще всего именно дизайнеры, осваивающие все новые способы обработки изображений, двигают вперед индустрию рекламы, поддерживая яркие идеи впечатляющими визуальными образами. Результат работы привлекает внимание аудитории, заставляет вглядываться в изображение, взаимодействовать с ним (см. рис. 1).



Рис. 1. Реклама минеральной воды «Perrier», 2009 г., фотограф Jean Yves Lemoigne, дизайнер Cristofer Hue

Несмотря на большие возможности, связанные с использованием компьютерных технологий, дизайнер часто сталкивается с проблемой творческого, креативного решения поставленной задачи, владея инструментарием графических редакторов, возникают трудности с ярким, оригинальным выражением своей идеи. Художественно-образное моделирование сближает графический дизайн с искусством. Процесс моделирования дизайн-проекта происходит

не на компьютере, он разворачивается в сознании дизайнера – в его воображении.

Одним из направлений поиска образа, нестандартного решения может стать использование и интерпретация приемов повышения выразительности, разработанных в областях искусства и культуры, в частности, применяемых различными стилями живописи и графики конца XIX – начала XX в. Изобразительное искусство в слиянии с коммерческим искусством (афиши, газетные и журнальные иллюстрации) в конце XIX в. положило начало развитию рекламы, которая впоследствии стала одним из направлений графического дизайна. В настоящее время с появлением фотографии сфера применения средств выразительности изобразительного искусства существенно расширилась. Фотография сама по себе дает ощущение документальности, реалистичности, а в сочетании со стилиобразующими приемами может способствовать поиску нового необычного образа.

Обратимся к двум стилевым течениям сюрреализма и модерна, рассмотрим их особенности и возможности использования в современном графическом дизайне при работе с фотоизображениями.

Сюрреализм как одно из направлений в искусстве сформировался во Франции в начале 1920-х гг. Самый известный представитель сюрреалистического направления – Сальвадор Дали. Отличительными особенностями этого стиля являются протivoестественность сочетания предметов и явлений, которым придается видимая достоверность. Он совмещает несовместимое, соединяет прекрасное и уродливое, доводит изображаемое до полного абсурда. Соединение живой и неживой природы: органического мира человека с бездушными формами предметов цивилизации, экспрессивное увеличение отдельных частей человека, деформация его естественных форм составляет основу изображения реальности в этом искусстве, называющем себя сюрреализмом, то есть сверхреализмом, потому что выявляет внутреннее, часто не поддающееся рациональному осмыслению скрытое содержание предметов, явлений и самого человека [7]. В современном дизайне средства выразительности сюрреализма могут быть использованы в разных направлениях, но особенно эффективно их применение, с точки зрения воздействия на

потребителя, в социальных и экологических проектах. Совмещением фотографии и сюрреалистичных приемов можно привлечь внимание к проблемам социума. Использование фотоизображения и компьютерных технологий дает ощущение реалистичности, позволяя наглядно и ярко воплотить любой образ, а приемы выразительности, заимствованные из искусства, заставляют задуматься и призывают к активным действиям, возможно, эпатируя и шокируя зрителя (см. рис. 2).



Рис. 2. Фотограф А.С. Шутова, дизайнер А.С. Шутова

Стиль модерн возник в конце XIX в. под вдохновением азиатского искусства, которое нашло широкое признание в массах вследствие расширившейся торговли между Европой и Азией. Характерная особенность стиля состоит в отношении к природе как к источнику вдохновения. Его признаками считаются особая плавность форм, подчеркнутые контуры, четкие одноцветные поверхности, декоративность, орнаментальность. Художники в своих произведениях использовали растительные мотивы, фигуры женщин или фантастических существ. В начале XX в. модерн активно использовался в рекламе. Литографские печатные издания того периода более походили на произведения искусства. Такие художники, как Альфонс Муха и Анри Тулуз-Лотрек, во Франции в каждый плакат, в каждую афишу вкладывали частицу собственной души. Недаром их работы вошли в сокровищницу мирового искусства. Сегодня стилевые методы модерна могут также активно приме-

няться в продуктах дизайна, а дополнительные возможности, которые дают компьютерная графика и фотоизображения, привнесут новое звучание и современность. Цифровые технологии позволяют создавать на основе декоративно изогнутых линий и растительных орнаментов детали и текстуры любой сложности. Фотографии с помощью графических редакторов могут быть обработаны и трансформированы в плоскостной декоративной технике, характерной для модерна, вместе с тем сохраняя реалистичность. Романтизм и элегантность стиля целесообразно применять в оформлении книжных изданий, в сфере рекламы товаров и услуг для привлечения женской аудитории, а также в разработке фирменного стиля предприятий, работающих в этой области, поскольку «женская» реклама носит не рациональный, а эмоциональный характер (см. рис. 3).



Рис. 3. Фотограф С.В. Шутов, дизайнер А.С. Шутова

Мы рассмотрели, как цвета, формы и другие атрибуты определенных художественных стилей могут быть использованы в фотографии и адаптированы к современному дизайну. На сегодняшний день графический дизайн – это своеобразный язык современной культуры. Он всегда и актуален, и универсален, сочетает в себе авангардизм с консерватизмом. Поэтому художественное искусство

может стать неисчерпаемым источником вдохновения и дизайнерских идей, а современные технологии предоставляют большой выбор средств для их реализации. Компьютер в качестве инструмента дает возможность создавать макеты любой сложности. Это позволяет максимально использовать накопленный стилистический опыт, выходя за рамки ограничений, накладываемых привычными техниками, и создавать продукт, максимально соответствующий поставленным целям.

Литература

1. Бхаскаран Л. Дизайн и время / Л. Бхаскаран. – М.: Арт-родник, 2006.
2. Быстрова Т.Ю. Вещь, форма, стиль: Введение в философию дизайна / Т.Ю. Быстрова. – Екатеринбург, 2001.
3. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. – М.: ДМК, 2008.
4. Лесняк В.И. Графический дизайн / В.И. Лесняк. – М.: IndexMarket, 2011.
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна / И.А. Розенсон. – СПб.: Питер, 2007.
6. Турчин В.С. По лабиринтам авангарда / В.С. Турчин. – М.: Изд-во Москов. ун-та, 1993.
7. Картины в стиле Сюрреализма! // Международная галерея современных художников. – URL: <http://www.picture-russia.ru/style/6>
8. Пальм Н.Д. Индивидуальное научно-исследовательское задание на тему: «Сюрреализм как мировоззрение» / Н.Д. Пальм / Библиотека Revolution. – URL: http://revolution.allbest.ru/culture/00088356_0.html
9. Шутимова Е.А. Использование принципов формообразования сюрреализма и поп-арта в дизайн-проектировании мебели / Е.А. Шутимова / Научная библиотека КиберЛенинка. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-printsipov-formoobrazovaniya-surrealizma-i-pop-artav-dizayn-proektirovanii-mebeli>